

ESTRUCTURAS METAFÓRICAS EN LA IMAGEN FOTOGRÁFICA

Juanita Bagés Villanueva

Universidad Complutense de Madrid

El objetivo de esta investigación es analizar las estructuras metafóricas en la imagen fotográfica. Para poder llegar al análisis de estas estructuras es necesario primero entender los conceptos que las conforman. El primer concepto que se plantea es el de "estructura metafórica". El concepto de metáfora se aborda en esta investigación como un mecanismo estructurado y fenómeno de cognición. Con esto se quiere presentar a las estructuras metafóricas como sistemas conformados por conceptos metafóricos que se relacionan entre sí. Estas estructuras son determinantes en el sistema conceptual humano, establecen la forma en que el hombre conoce el mundo, conforman sus expresiones y actitudes sociales, y están presentes en las imágenes fotográficas. Una vez presentado el concepto de estructura metafórica se introduce a la investigación el concepto de imagen fotográfica, haciendo hincapié en la idea de fotografía como representación de la realidad. Analizando tanto los aspectos denotados y connotados de la imagen como el contexto en el que se presenta.

Reconocer la presencia de las estructuras metafóricas en las imágenes fotográficas se relaciona directamente con la interpretación que tiene el observador de las mismas. Teniendo como determinantes de la interpretación los siguientes conceptos que se suman a la estructura: metonimia (entendida como la evocación de un "todo", propuesta como la relación de una parte o de un término asociado a este "todo"), el punctum (pertenece a la imagen y lo determina la percepción que tiene el observador de la misma) y la palabra (puede formar parte de la imagen, intervenir en ella o nombrarla).

Poder analizar estas estructuras permite entender cual es la relación que tiene el hombre con la imagen fotográfica, y cual es la función de la misma dentro de un sistema conceptual. Tener claridad de como se estructuran y relacionan los conceptos metafóricos a partir de los aspectos que conforman la imagen fotográfica, hacen que su construcción pueda ser más rica y creativa, estimulando al observador como interprete de las imágenes, y al fotógrafo, realizador de las mismas, a crear relaciones más complejas e innovadoras, estimulando su imaginación, su capacidad para descubrir relaciones. Así como se puede entender mejor la percepción que se tiene de la realidad y las experiencias personales.

1. METÁFORA.

Con el propósito de definir qué es la metáfora se reflexionado mucho desde diferentes terrenos como el de la filosofía, la lingüística o la literatura. Todas ellas pueden ser resumidas en dos definiciones distintas que incluso se pueden ver como opuestas. Para una, la metáfora es un accidente lingüístico marginal, con funciones comunicativas especializadas y ajenas al ámbito del conocimiento. Para la otra, la metáfora encarna la auténtica naturaleza del lenguaje y el pensamiento, y es el fenómeno central del que debe dar cuenta la teoría semántica y literaria (De Bustos, 2001).

Como ha manifestado Umberto Eco (1984), cualquier teorización sobre la metáfora ha de partir de una de estas dos posiciones, ha de surgir de "una elección radical. O bien (a) el lenguaje es por naturaleza y originariamente metafórico y el funcionamiento de la metáfora establece lo que es la actividad lingüística, y por lo tanto toda regla o convención surge con el fin de reducir (y empobrecer) el potencial metafórico que define al hombre como animal simbólico; o bien, (b) el lenguaje (y cualquier otro sistema semiótico) es un mecanismo regido por reglas, una máquina predictora que dice qué fra-

ses se pueden generar y cuáles no, y cuáles de las que es posible generar son "buenas" o "correctas", o provistas de sentido; una máquina con respecto a la cual la metáfora constituye una ruptura, una disfunción, un resultado inexplicable, pero al mismo tiempo el impulso para la renovación del lenguaje." (Umberto Eco, 1984. p. 88). Eco ve en la tensión de la dialéctica de estas dos concepciones, a lo largo de la historia, una perpetua reencarnación de la contraposición clásica entre *physis* y *nomos*, entre la naturaleza y la ley, entre la concepción lingüística que destaca la irregularidad, la excepción y lo extraordinario en el lenguaje, esto es, lo que hay en él de anómalo, frente a la que insiste en la regularidad, la homogeneidad y la generalidad o universalidad, es decir, lo que en las lenguas naturales hay de análogo, que se puede subsumir en generalizaciones legales (De Bustos, 2001).

Con el fin de entender cómo está presente la metáfora en la imagen fotográfica, es necesario tomar una posición frente a las diferentes definiciones de la figura retórica. La metáfora es un determinante fundamental en la relación del hombre con su realidad. El hombre conoce a través de metáforas, las experiencias cotidianas, la capacidad de comprensión, el desarrollo de su pensamiento y las relaciones sociales están estructuradas en gran parte por metáforas. Es así, como en ésta investigación, la metáfora no se aborda como un ornamento literario, en el que un término sustituye a otro; sino que la metáfora es la estructura y base de la interpretación que tiene el hombre del mundo. Esta posición tiene su punto de referencia en Aristóteles, no sólo es el primer teórico que propone una definición a la metáfora, sino que además basando en sus definiciones se desarrollaron, en mayor o menor medida, todas las reflexiones que le siguieron hasta el presente.

La base de su consideración positiva era doble; -explica De Bustos (2001) acerca de Aristóteles- por una parte el dominio de la metáfora "es lo único que no se puede aprender de los demás, y es también la impronta del genio" (Aristóteles, 1459 a.), porque no se basa en mecanismos que se puedan aplicar de forma regular y precisa. En ese sentido la metáfora no es "lógica", sino que implica el ejercicio de la imaginación y la sensibilidad. Por otro lado, "una buena metáfora encierra una percepción intuitiva de la semejanza de las cosas que no son similares" (Aristóteles, 1459 a.): la imaginación y la sensibilidad no se aplican en el vacío, no elaboran fantasmas arbitrarios; constituyen un instrumento necesario en la adquisición de conocimiento en la medida que ayudan a penetrar en la estructura de la realidad. La metáfora se encuentra en la base de nuestras abstracciones, posibilitando la elaboración de nuevos conceptos, que abarcan nuevas realidades.

Aristóteles no sólo fue el primer teórico del lenguaje en aventurar una definición de lo que es la metáfora, sino también el primer filósofo en reconocer su importancia en la constitución y extensión del conocimiento. Según él, el conocimiento progresa mediante la elaboración de conceptos y leyes progresivamente generales, que cubren todo el aspecto de la realidad. En la expansión del conocimiento, la metáfora desempeña un papel fundamental. Permite captar la estructura de lo desconocido en virtud de lo ya conocido, manifestando la homogeneidad oculta de la realidad. La metáfora no es sino un medio de remitir la experiencia de lo ignoto a lo de lo ya sabido, posibilitando con ello su captación y asimilación en el sistema cognitivo humano. La metáfora es una integración, entre algo con lo que ya se está familiarizado y algo que hasta entonces es extraño, pero que la metáfora nos lleva a percibir como propio. (De Bustos, 2001).

Teniendo como punto de partida los conceptos propuestos por Aristóteles, se continua ahora con nuevas ideas sobre la metáfora, que como todas, de una u otra forma encuentran su raíz en las propuestas Aristotélicas. George Lakoff Mark Johnson (1980), profundizan en la importancia de la experiencia en la construcción de metáforas, pero esta reflexión va más allá de encontrar las relaciones entre las experiencias y las metáforas, buscan mostrar cómo las experiencias cotidianas, la forma en que se relacionan las personas, sus acciones y su manera de interpretar el mundo responden a conceptos metafóricos.

1.1. Metáforas de la vida cotidiana.

Lakoff y Johnson (1980) plantean un modelo dialéctico en el que la experiencia y los campos metafóricos del lenguaje se generan y modifican un enfrentamiento continuo. Las aportaciones de estos dos autores confluyen en dos ejes principales que estructuran su planteamiento: 1. **Las** metáforas impregnan el lenguaje cotidiano formando una red compleja e interrelacionada para la que tienen pertinencia tanto en las creaciones más nuevas como en las "fossilizaciones" (refiriéndose a las metáforas muertas). 2. La existencia de esta red afecta a las representaciones internas, a la visión del mundo que tiene el hablante.

En su propuesta desarrollan tres tipos de conceptos metafóricos, que corresponden a tres áreas de experiencia básica que permiten comprender otras experiencias en sus términos. Estas representan totalidades estructuradas y recurrentes de la experiencia humana, y reciben el nombre de "tipos naturales de experiencia". Cada uno de estos conceptos metafóricos funciona con una sistematicidad y va relacionando de una forma más global las expresiones metafóricas. Estos son: Metáforas de orientación (arriba/abajo), Metáforas ontológicas (entidad/substancia/contenedor), Metáforas estructurales. (Ej. EL TRABAJO ES UN RECURSO/ LA DISCUSIÓN ES UNA GUERRA).

Pero estos conceptos metafóricos están condicionados a la cultura y la lengua determinada en la que se desarrollan. Al hablar de "los conceptos mediante los que vivimos" se reconoce el papel que tiene la metáfora en la vida cotidiana, y cómo no solamente es parte del lenguaje sino también del pensamiento y la acción. Haciendo hincapié en el carácter metafórico del sistema conceptual ordinario, por medio del cual se piensa y actúa. Es así como la esencia de la metáfora que es entender y experimentar un tipo de cosa en términos de otra forma una estructura que determina los conceptos, las acciones y por último el lenguaje. Por lo tanto el lenguaje se estructura metafóricamente y las metáforas como expresiones lingüísticas son posibles porque son metáforas en el sistema conceptual de la persona.

1.2. Destacar y ocultar.

Lakoff y Johnson resaltan en su investigación como el sistema que define los conceptos metafóricos se rige por dos principios básicos, estos son destacar y ocultar. Para poder comprender un concepto metafórico se está haciendo una concentración en el mismo, mientras que este impide la concentración en otros aspectos. La estructuración metafórica no es total, solamente parcial, debido a que se destacan aspectos puntuales del concepto. Si no fuera así, un concepto sería en realidad otro, y no meramente entendido en términos de otro. Por lo tanto cuando se dice que un concepto está estructurado por una metáfora, se está diciendo que su estructuración es parcial y que su ampliación o extensión sólo puede ser orientada hacia un sentido específico y no otro.

2. IMAGEN FOTOGRÁFICA: REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD.

Joan Fontcuberta (1997) dice que "la historia de la fotografía puede ser contemplada como un diálogo entre la voluntad de acercarnos a lo real y las dificultades para hacerlo".

Imagen viene del latín *imago*, y los términos que se asocian a ella son la imitación, la representación, la reproducción y la semejanza. La imagen fotográfica encuentra en estos términos su raíz, pero su relación con la realidad, como representación de la misma, va más allá de ser una "copia" como se entiende en la definición de representación analógica (Barthes, 1972). Al hablar de imagen, hablamos también de mensaje (la imagen comunica). Sin importar el soporte en el que se encuentre, la imagen fotográfica hace parte de un proceso de comunicación. Roland Barthes empieza su reflexión acerca de

la retórica de la imagen desde el principio analógico de la fotografía. Barthes busca identificar un lenguaje propio de fotografía. Para esto debe encontrar en la imagen signos que pueden ser reconocidos y codificados, para luego ser leídos e interpretados. Pero concluye que en la imagen se identifican dos mensajes, el primero sin un código propio, al que llama "imagen denotada", es lo analógico en la fotografía. Está estrechamente ligado con la realidad y por lo tanto tienen los mismos códigos. El segundo, que tiene un sistema de códigos propios, la "imagen connotada", va ligado al observador, a su contexto cultural, a la interpretación que pueda tener éste de la imagen. Concluir que la imagen y la realidad comparten el mismo sistema de códigos, lleva a pensar que la fotografía no tiene un lenguaje propio, sino que es el mismo de la realidad, así que los signos encontrados en la imagen fotográfica son los mismos que se encuentran en la realidad y son leídos con los mismos códigos. Por lo tanto fotografía y la realidad tendrían la misma naturaleza y la fotografía sería realidad. Los aspectos denotados son distintos a la realidad. Para el observador, la realidad visual cambia, se transforma, la imagen permanece igual. El observador es más que el receptor de un mensaje, es también constructor del mismo. Las relaciones entre imagen y realidad que parecen evidentes y han sido definidas como denotadas, tienen un fondo metafórico. Parece evidente ver la imagen fotográfica y reconocer aspectos pertenecientes a la realidad, pero este proceso es aún más complejo, y no se habla aquí de psicología de la percepción, sino del conocimiento de lo real a partir de conceptos metafóricos.

2.1. Aspectos denotados.

En esta investigación los aspectos denotados tienen como punto de partida la propuesta de retórica de la imagen elaborada por Roland Barthes, en la que plantea el aspecto denotado como un mensaje icónico no codificado (1972), planteamiento que no se comparte en esta investigación y sobre el cual no se profundizará, aunque si se reconoce la existencia de un mensaje y de un código para su comprensión.

En la imagen fotográfica existen elementos inmutables y permanentes, aunque pase el tiempo o cambie la cultura en que se encuentran. Estos elementos, siempre presentes, no son reconocidos en su totalidad por el observador hacen parte de los aspectos denotados. Tanto los aspectos denotados, como los aspectos connotados (y por lo tanto los elementos determinados por los mismos) son reconocidos gracias a una relación social, a una cultura, a un contexto.

En esta investigación se analizan cuatro términos que hacen parte de los aspectos denotados de la imagen fotográfica. Estos son la sintaxis, el campo y el cuadro, el soporte y la técnica.

2.1.1. Sintaxis de la imagen fotográfica.

La sintaxis es la estructura que define la relación de los diferentes elementos que componen la imagen. Estos elementos son unidades mínimas que se relacionan entre sí dentro de un espacio determinado formando la imagen. Las unidades mínimas son el punto, la línea, el plano, el contorno, el color, la trama, la tensión, la profundidad, el contraste, el tono, la textura, la dimensión, el volumen, la proporción y el formato. Todos estos elementos se organizan siguiendo una estructura, llamada composición. El fotógrafo al realizar la imagen fotográfica reconoce estos elementos no como unidades mínimas sino como conjuntos, los jerarquiza y organiza en función de la imagen. Pedro Hernández en su trabajo "La mujer es una Isla" elige trabajar las imágenes en blanco y negro, decisión que hará que la imagen sea en principio un abanico de tonos, dejando fuera el color, que destacará las texturas, las formas, la luz.

El contraste de los planos negros y blancos, marcan los contornos y realzan el volumen. Esto se puede ver claramente en la imagen fotográfica titulada Sabine (imagen 1). Es así como todos estos elementos sintácticos tienen una correspondencia con un proceso técnico, y al mismo tiempo corresponden a las características visuales del objeto fotografiado.



Imagen 1
"Sabine". Pedro Hernández. Tomada de
La Fotografía Actual, No. 82. Diciembre
-Enero de 2001

2.1.2. *Campo y cuadro.*

Los aspectos denotados de la imagen fotográfica tienen su principio en la relación analógica entre imagen y realidad. Se ha tomado una parte, un fragmento, de la realidad. Este "tomar" ha implicado el hacer una elección sobre lo que se está viendo. Algo se ha elegido para ser fotografiado y algo ha quedado "fuera". Elegir qué objetos harán parte de la fotografía responde a varios criterios, que van más allá de la estética y la composición. Algo se oculta, algo se destaca, y algo se niega como parte de la realidad que ha sido fotografiada.

Un concepto metafórico asociado a la fotografía es entenderla como una ventana abierta. El observador se encuentra frente a una ventana abierta al mundo, a la realidad. Pero el observador no puede salir, ni tocar esa realidad, sólo lo que pueda ver a través de la ventana, le dirá todo sobre ella. Una ventana bidimensional, donde la profundidad es una ilusión más. La imagen fotográfica está enmarcada en un recuadro, debido a una característica técnica determinada por definición del formato occidental más común. Aunque las proporciones del recuadro varíen, la ventana está siempre presente. El rectángulo es un hecho cultural (Gauthier, 1994).

El fotógrafo decide dónde está la ventana y dónde se ubica el observador para ver a través de ella. Esa ventana es el cuadro (encuadre), y el fuera de cuadro será todo aquello que no se pueda ver. El fuera de campo es un proceso metonímico, a partir de un fragmento de la realidad se construye un nuevo sistema.

El campo es un término distinto al cuadro, aunque se vean en él los mismos elementos elegidos en el encuadre. En el campo se busca significar a la realidad, reafirmando la idea de representación. El fuera de campo a diferencia del fuera de cuadro, no tiene relación con lo que no ha sido fotografiado, y se encuentra alrededor de la imagen fotográfica, como la página del libro, o el marco de la fotografía, o incluso la pared donde se encuentre colgada.

2.1.3. *El soporte.*

El soporte es la parte material, física, de la imagen fotográfica, de la cual no puede desligarse. Tener en las manos una imagen fotográfica da mucha más información que sólo verla colgada en una pared. El que la imagen esté impresa en papel periódico o que se encuentre en un papel fotográfico satinado, ofrece lecturas de la misma muy distintas y determinantes.

Una imagen puede transformarse completamente sólo por el soporte en el que se encuentre. Todas las personas que entran en contacto con la imagen fotográfica reconocen en ella el mismo soporte, aunque sus interpretaciones de la misma sean diferentes.

2.1.4. *La técnica.*

El reconocer que una imagen es una imagen fotográfica se debe en gran parte a la técnica. En el siglo XIX, con la aparición de la fotografía, cambia de una manera radical la representación de la realidad. Apareciendo primero como un descubrimiento científico y lejos de ser una expresión artística, la fotografía como avance tecnológico propone una manera distinta de ver el mundo, una nueva mirada (Régis Debray, 1994).

El fotógrafo elige dentro de los procesos técnicos cuales serán los más acertados para lograr la imagen que desea. Cuanto mayor sea el dominio que tenga él de la técnica mejor será el resultado que obtendrá. La técnica puede ser controlada y entendida de la misma manera por todos, esta es una de las principales características que hace de ella un aspecto denotado, pero es el uso que se le dé lo que llevará a connotaciones diferentes en la imagen fotográfica.

2.2. Aspectos connotados en la imagen fotográfica.

El observador después de tener una primera lectura de la imagen en la reconoce los aspectos denotados, procede a una segunda lectura, que parte de aquello que ha podido enunciar, pero que ya no es lo que "ve" sino es lo que "entiende". Es el momento en el que el observador interpreta la imagen, descubre lo que para él significa. Esta segunda lectura está determinada por los aspectos connotados en la imagen fotográfica.

Cada observador llega a una interpretación personal que depende del contexto en el cual vive, su educación, sus creencias, sus emociones, su cultura. Aunque esta interpretación sea personal, las connotaciones que pueda tener la imagen son entendidas por colectivos y no son arbitrarias, debido a que estos colectivos se identifican en un mismo contexto y bajo una misma cultura. Por lo tanto llegarán a interpretaciones comunes entre los diferentes observadores. De lo contrario, la mayoría de los usos que se dan de las imágenes fotográficas serían completamente obsoletos.

2.2.1. *Procesos de Connotación.*

El fotógrafo al realizar una imagen fotográfica le da un sentido, la hace parte de un proceso de comunicación, le da una función. El aficionado que quiere recordar su viaje a Venecia o el cumpleaños de su hija, el fotógrafo de prensa que busca con sus imágenes dar constancia de un acontecimiento histórico o el artista que quiere comunicar sentimientos y sensaciones a través de sus fotografías, recurren a procesos de connotación para lograr dar sentido.

Debido al sentido cultural de los aspectos connotados en la imagen, se pueden seguir algunos parámetros generales para construir un sentido específico de la fotografía. Cada observador comprende la imagen de una forma individual, compartiendo con otros esos parámetros que le ayudarán a identificar en la imagen ciertas connotaciones comunes, pero en definitiva la interpretación que dé de la imagen será individual y condicionada por su experiencia y conocimientos personales. Así que tanto como cambie el hombre cambiarán sus interpretaciones de la imagen.

Los procesos de connotación no pueden ser clasificados y ordenados, no responden a un orden establecido, se dan como resultado del contexto, la cultura y la experiencia personal. Es por esto que aunque pueda hablarse de algunos parámetros generales las connotaciones de una imagen serán siempre variables e individuales, aunque la imagen fotográfica sea la misma.

2.2.2. *Lo cultural.*

En el año 2001 la marca de zapatos Camper inicia la publicación de una revista llamada TWS (The Walking Society). El primer número lo dedica a Mallorca, destacando algunas de las características de la cultura de la isla, sus costumbres, tradiciones, gente y paisajes. Presentando con la cultura mediterránea los principios de Camper, ya que la estética y los valores de la marca están influidos por el Mediterráneo. Uno de los artículos llamado "Juegos", en el que se habla de los juegos de cartas como reflejo de la manera de ser de los pueblos, y en especial del "truc", el más popular en Mallorca. La imagen que acompaña este artículo (imagen 2) tomada en el Café Can París en Sencelles, muestra a cinco hombres de edad jugando una partida de cartas. En el contexto de la publicación y con la intención de ilustrar el artículo, la imagen presenta un fragmento de la realidad mallorquina, recreando una de las tradiciones de su cultura. Además, integra la "cultura Camper" debido a que dos de los jugadores llevan puestos zapatos de esta marca. Reafirmando de esta forma las dos culturas, lo tradicional de Mallorca y la propuesta de una sociedad Camper.



Imagen 2

Artículo: "Juego de Cartas". Camper / TWS, La sociedad que camina. No. 1: Mallorca, España. 2001

Esta imagen es utilizada el mismo año como anuncio publicitario en otra publicación (imagen 3). El contexto y las connotaciones de la imagen fotográfica cambian. En las dos publicaciones se utilizan textos en inglés y en español, reafirmando el sentido internacional de la marca. Debido a que las dos imágenes fotográficas tienen una intencionalidad (publicidad) es posible distinguir mejor las diferentes connotaciones. En la primera, la cultura sobre la que se hace énfasis es la Mallorquina, para relacionar luego los valores de la marca con las tradiciones de la isla. Las connotaciones que dan el ver a cinco hombres mayores, vestidos de una manera determinada, jugando cartas, acentúan la idea de tradición, experiencia y tranquilidad con los que busca identificarse Camper. En cambio en el anuncio se dirige al observador a identificar primero los zapatos, debido a que se incluye en la parte superior izquierda una fotografía de uno de los modelos que llevan los hombres de la fotografía. Ya no tiene importancia que sean de Mallorca las personas que se encuentran en la imagen, aún así prevalecen muchas de las connota-

ciones iniciales y que se reafirman gracias al contexto. La revista es española lo que conlleva, en un principio, que el público al que se dirige la publicación sea en su mayoría español. Por lo tanto habrá connotaciones, al parecer, evidentes por compartir una misma cultura. Pero el juego principal en las connotaciones de la imagen del anuncio, no está en identificar en ella a cinco hombres mayores, jugando cartas y dos de ellos utilizando zapatos Camper, sino la transferencia de valores de una cultura a otra. Las tradiciones y valores de la cultura mediterránea llevados a una cultura artificial, para ser entendidos como propios de ésta.

La imagen fotográfica es una sola, en la que se puede ver una puesta en escena que es aceptada por su intencionalidad. Aunque en la primera publicación busca más ser un documento, reflejar una realidad de una cultura y en la segunda afianzar la posición de una marca, en ambos casos su interpretación depende de la identificación y comprensión de una cultura.



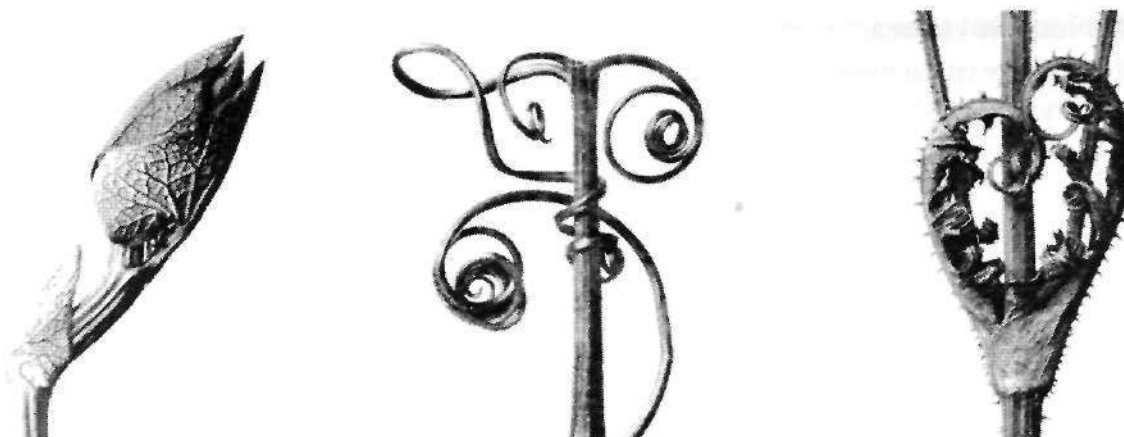
Imagen 3
Anuncio Revista, Camper, "Camíña, no corras".
Mayo, 2001

2.2.3. *La mirada.*

La mirada es la relación, el vínculo íntimo, que existe entre el observador y la imagen. En 1839 se anuncia la invención de la fotografía como un avance científico, una herramienta innovadora que estaría al servicio de la ciencia. A primeras luces esa era la primera relación entre la imagen fotográfica y el observador. Así la mirada sería condicionada por la funcionalidad de la imagen. Pero al mismo tiempo que se presentaba como avance tecnológico y científico se intuía, e incluso llegó a afirmarse, la relación que tendría como expresión del hombre. La fotografía sería al mismo tiempo, ciencia, documento y arte.

Esta constante metamorfosis que es la relación entre el observador y la imagen se ve claramente en el trabajo fotográfico de Karl Blossfeldt que veía en la fotografía una herramienta que facilitaba el desarrollo de su trabajo escultórico de modelado. Por una parte, las fotografías no se marchitan, no dependen de la estación del año, permiten observar detalles que son casi imposibles para el ojo humano, y lo más importante para Blossfeldt, "reproducen la naturaleza sin falsificarla, mientras que en la ampliación realizada con un dibujo siempre se cuele algo personal" (Joan Fontcuberta, 1998). En 1928 publica sus imágenes bajo el título de *Urformen der Kunst*, sin ningún fin artístico. Pero las plantas fotografiadas no eran vistas con una mirada científica, sino con los ojos del naciente movimiento artístico Art Nouveau. Se veían en ellas estructuras, formas sinuosas y ornamentales, incluso correspondían con las formas arquitectónicas del momento.

Aunque Blossfeldt viera en sus fotografías la más fiel reproducción de la realidad, estas imágenes han tenido otro tipo de interpretaciones. Lejos de ser documento botánico, estas imágenes están cargadas de emotividad, seducción y erotismo. (Imágenes 4,5 y 6).



Imágenes 4, 5 y 6

Dipsacus laciniatus, aristolochia clematitis, y Cucurbita, Karl Blossfeldt, Benedikt Taschen Verlag, 1993

3. LA IMAGEN FOTOGRÁFICA COMO CONCEPTO METAFÓRICO.

En la imagen fotográfica se han analizado dos aspectos que determinan la relación que tiene el observador con la misma. Éstos son los aspectos denotados y connotados. El observador reconoce los aspectos denotativos en la imagen y realiza de manera inconsciente una selección de los mismos, esta selección está definiendo el dominio de los conceptos que están presentes en la imagen para llevarlos luego a otro dominio distinto, los aspectos connotados. El observador relaciona términos pertenecientes a dominios distintos, la realidad, la representación de la misma y la interpretación. Todo este proceso dinámico y creativo responde a una estructura metafórica. La imagen fotográfica es para el observador un concepto metafórico, relaciona correspondencias de términos pertenecientes a dominios distintos, realidad y representación. Las estructuras metafóricas están conformadas por los entramados entre conceptos metafóricos, por lo tanto, para hablar de estructuras metafóricas en la imagen fotográfica es necesario reconocer los distintos conceptos metafóricos que se corresponden en la imagen. Por un lado, se encuentra el concepto resultante de la relación entre la realidad y la representación. Por otro, la interpretación que tiene el observador de la imagen fotográfica. La interpretación, lo que entiende él en la imagen, responde a sus experiencias, a su contexto, a su cultura. Es aquí donde se presenta un nuevo concepto metafórico, la relación entre la representación y la interpretación. Lo que lleva a un entramado aún más complejo, conformado por distintos conceptos metafóricos que se corresponden, generando a su vez nuevas metáforas. Todos ellos hacen parte de la estructura metafórica presente en la imagen fotográfica.

3.1. Metonimia e imagen fotográfica.

Toda imagen fotográfica es metonímica. La relación entre representación y realidad tiene un fondo metonímico, debido a que el "todo" está representado por elementos que tienen con este una relación directa. La fotografía fragmenta la realidad, toma una parte, hace una selección que tendrá una función metonímica para el observador. Sin ser consciente de las relaciones y entramados que al parecer son evidentes. El concepto metonímico dentro de la estructura metafórica puede ser entendido por medio de la metáfora de la ventana, con la cual se pudieron ilustrar antes los conceptos de cuadro y

campo. Así como la ventana ofrece al observador una parte del mundo que esta "afuera", la fotografía muestra al observador un fragmento de la realidad y él la construye a partir de la información que encuentra presente en la imagen y la familiaridad que tiene con los elementos que se la proporcionan. La metonimia sólo puede reconocerse si existe una relación directa (contigüidad, por ejemplo) entre el objeto y lo que éste evoca

3.2. Punctum.

Roland Barthes (1989) propone, desde su punto de vista como observador, dos elementos cuya copresencia establecen el interés que puede tener el observador por las imágenes fotográficas. El primero parte de la cultura, de los criterios sociales y morales que comparten un colectivo. A este elemento lo ha llamado studium, por medio de él el observador se interesa por muchas imágenes, pero la fuente de su interés surge de las connotaciones, de lo cultural, el reconocer expresiones, rostros, gestos, actitudes, escenarios, lugares, entre otros aspectos. El segundo punto es el punctum, es más difícil de identificar, ya que sale de la imagen directamente al observador. El punctum está más estrechamente relacionado con la experiencia personal, la relación que establece el hombre con la imagen. El punctum es un detalle, un detonador que activa las sensaciones del observador con respecto a la imagen, sensaciones que en muchos casos es incapaz de nombrar.

El punctum planteado por Barthes, tiene una función muy importante en la creación y reconocimiento de las estructuras metafóricas en la imagen fotográfica. El hombre crea relaciones entre dominios distintos porque entre ellos hay un detonante que activa esta dinámica. En el caso de la fotografía, el punctum tiene esa función, debido a que es él quien activa la imaginación del observador involucrándolo con la imagen. El punctum lleva al observador a construir las metáforas, a relacionar y crear un entramado con los conceptos presentes en la imagen, en su mayoría culturales y que pueden ser identificados en el studium. No todas las personas entienden las metáforas de la misma manera, incluso algunos no llegan a percatarse de su presencia, lo mismo sucede en la fotografía, que una persona no reconozca o no entienda la metáfora no significa que ella no esté ahí presente.

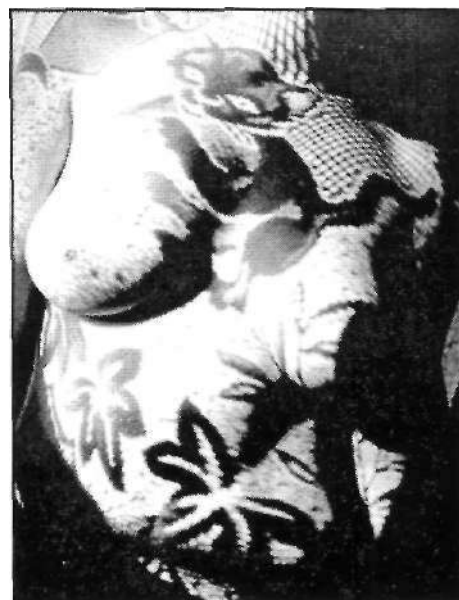


Imagen 7
"Aurélielie", Pedro Hernández. Tomada de
La Fotografía Actual, No. 82. Diciembre
-Enero de 2001

La imagen de Pedro Hernández "Aurélielie" (imagen 7), tiene también una dualidad pero en este caso producido por la forma y contraforma de las sombras de la cortina sobre el cuerpo de mujer. Siendo lo determinante en el juego y por lo tanto el punctum, la sombra del gato de la cortina sobre el pecho de la mujer. Un gato juguetón y casi inocente sobre el pecho desnudo. Una vez se descubre la presencia del gato, la desnudez no es vista de la misma manera. El erotismo de las sombras, lo oculto y lo sugerido empieza a contaminarse del entorno, se descubren las formas de hojas, se tiene otra información distinta del lugar donde se encuentra la mujer.

3.3. Función de la palabra en la construcción de estructuras metafóricas en la imagen fotográfica.

La palabra está presente en la imagen como algo que no puede ser ignorado, es más, el observador muchas veces la busca, depende de ella para la construcción de su interpretación, es su norte cuando se siente perdido y no sabe que "entender" de esa imagen. Cuando la palabra está presente en la imagen, sea como parte de ella, esté escrita sobre ella o sea su título, será de ella el eje central de la estructura metafórica que se construya en esa imagen fotográfica.

Barthes (1972) cuando propone el análisis retórico de las imágenes fotográficas, habla de la relación que tiene el texto con la imagen. Es el mensaje lingüístico. Diferencia dos tipos de relación que puede haber entre este mensaje y la imagen, estos son de anclaje y de relevo. El anclaje canaliza la lectura de la imagen a un sólo sentido. Cerrando las posibles interpretaciones que pueda tener el observador de la imagen. Esta función del texto con relación a la imagen está muy presente en la fotografía de



Imagen 8

Matanzas entre Tutsis y Hutus, Artículo del 9 de Abril de 1994, por Luis Bassets. Tomado de El País Semanal, No. 1 284. Mayo 6 de 2001. España.

prensa o documental. En la imagen 8, se puede ver a un hombre joven de raza negra, con señales de maltrato, cortes y heridas en su rostro. La imagen, además en blanco y negro, añade dramatismo a la escena. Estas señales en su rostro tendrían otras connotaciones si fuera de otra raza, pero su color de piel, que se asocia a maltratos, discriminación y prejuicios históricos es un determinante en la lectura que se le da a la imagen. Pero luego al leer el texto y ver que es una víctima de la guerra entre Tutsis y Hutus, cambia la lectura. Aunque no se deja de ver la injusticia ni el maltrato, se suman otras connotaciones, que cuestionan de nuevo a la naturaleza violenta del hombre en el fondo pero dentro de un marco distinto.

La otra relación entre texto e imagen planteado por Barthes es el de relevo. El relevo, a diferencia del anclaje, lleva al observador a otro plano distinto de lectura de la imagen. En esta relación, se evidencia más la construcción de estructuras metafóricas en la imagen fotográfica, ya que el entramado de conceptos pertenecientes a dominios distintos se ve con una mayor claridad. La función de relevo del texto con relación a la imagen es más común en la publicidad, donde la intencionalidad y la persuasión son las protagonistas.

3.3.1. La palabra como parte de la imagen.

Cuando la palabra hace parte de la imagen, la construcción, el reconocimiento de la estructura metafórica es todavía amplio. Existe la inquietud por saber si el fotógrafo tenía alguna intencionalidad de que esas palabras hicieran parte de la imagen. Como se ha hablado antes, una de las principales características de las metáforas es la de ocultar y destacar, por lo que el texto puede ser leído y determinar una posible interpretación de la imagen o simplemente ser ignorado como texto y verlo como mancha dentro de la imagen.

Este es el caso de la fotografía de Rosa López (imagen 9 y 10), en un vagón del metro de Nueva York. Sobre su cabeza hay un cartel que tiene un texto que dice (traducción): "No se apegue demasiado con los personajes. Ellos no siempre logran llegar al siguiente capítulo". Es muy posible que haya sido sólo una casualidad, pero las interpretaciones que se pueden tomar de este texto dentro de esta imagen y teniéndolo justo sobre la cabeza de Rosa, a la cual presentan durante todo el artículo como la protagonista de un cuento de hadas, sugiere otras lecturas más interesantes. Incluso fatalistas sobre el personaje de carne y hueso que creó un concurso de televisión.



Imagen 9

"El triunfo de Cenicienta, La historia de Rosa López. De la pobreza al estrellato"

Pie de foto en el artículo: El corazón de la ciudad. Su bajada al metro neoyorquino fue un escándalo. A la primera de cambio, Rosa comenzó a cantar un espiritual a una niña afroamericana. Los viajeros no daban crédito. (En un vagón de metro)

Fotografía de Ana Nance. Artículo escrito por Jesús Rodríguez. El País Semanal, Número 1.333. Abril 14 de 2002. España



Imagen 10

Detalle del texto dentro de la imagen: "Don't get too attached to the characters. They don't always make it to the next episode."

3.3.2. La palabra escrita sobre la imagen.

Cuando el texto está escrito sobre la imagen, sobrepuesto, tiene una simultaneidad con relación a la imagen. Por una parte está la intencionalidad que es entendida por el observador, pero también está el cómo se integra en ella. Es distinto encontrar un texto caligráfico y confuso, a encontrar unos caracteres organizados de una forma determinada para su clara legibilidad. El anuncio de Carrera (imagen 11), tiene un texto caligráfico sobrepuesto a la imagen que dice (traducción): "¿ve a lo que me refiero?", lo que lleva al observador a escudriñar en la imagen y en las connotaciones que tienen los distintos elementos que la componen. Esta intencionalidad hace que las relaciones que descubra el observador refuercen la intención del anuncio que depende de las estructuras metafóricas que construye el observador a partir de la relación entre el texto y la imagen.

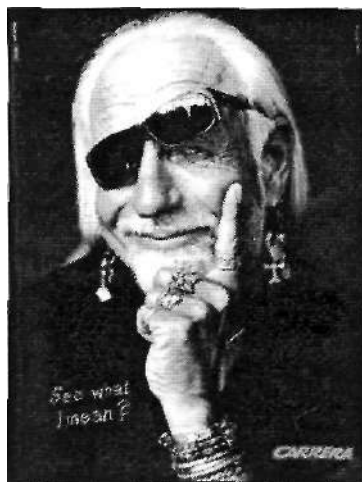


Imagen 11
Anuncio Revista de Carrera,
Gafas de sol. Texto: "See what
I Mean?". 2001

3.3.3. *El título.*

La fotografías de Luis Cobelo (imágenes 12 y 13), presentan dos ejemplos distintos de la relación entre texto e imagen. Perteneciendo a la misma serie, "los durmientes", ejemplifican la función de anclaje y relevo que tiene el título con la imagen fotográfica. En la primera imagen, "Scherzo" que puede ser traducido como broma o garabato, lleva al observador lo gracioso que se puede ver con su postura. El título es en este caso un texto de relevo que lleva al observador a descubrir otras lecturas dentro de la misma imagen. En cambio en "Hola, mi sombra en los durmientes", el título tiene una función de anclaje, no sólo describe la imagen, sino que evidencia su presencia dentro de la imagen, y explica los gestos que proyecta en su sombra. Una fotografía sin título deja al observador libre para construir sus propias relaciones aunque los elementos que componen la imagen darán pie al reconocimiento de metáforas que harán parte de la estructura metafórica.



Imagen 12
"Scherzo", Luis Cobelo. Tomada de La Fotografía
Actual. No. 82. Diciembre -Enero de 2001



Imagen 13
"Hola, mi sombra en los durmientes". New
York, U.S.A., Luis Cobelo. Tomada de La
Fotografía Actual, No. 82. Diciembre -Enero de
2001

BIBLIOGRAFÍA

- B AEZA, Pepe. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*, Barcelona, España, Editorial Gustavo GÍHS.A., 2001.
- BARTHES, Roland. *Lo Obvio y lo Obtuso*. Barcelona, España, Ediciones Paidós, 1986.
- *La Cámara Lúcida, Nota sobre la Fotografía*. Barcelona, España, Ediciones Paidós, 1989.
- *La Semiología*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Tiempo contemporáneo, 1972.
- CALABRESE, Ornar. *La Era Neobarroca*. Madrid, España, Ediciones Cátedra, 1994.
- COSTA, Joan. *La imagen Fotográfica*. Madrid, España, Iberici Europea de Ediciones, 1977.
- DEBRAY, Régis. *Vida y Muerte de la Imagen, Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona, España, Ediciones Paidós Ibérica, 1994.
- DE BUSTOS, Eduardo. *La Metáfora, Ensayos transdisciplinarios*. Madrid, España. Fondo de la Cultura Económica de España, 2000.
- DONDIS, Donis A.. *La Sintaxis de la Imagen, Introducción al alfabeto Visual*. Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1976.
- FONTCUBERTA, Joan. *El Beso de Judas, Fotografía y verdad*. Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili S.A., 1997.
- *Ciencia y Fricción. Fotografía, naturaleza, artificio*. Murcia, España, Mestizo A.C., 1998.
- GAUTHIER, Guy. *Veinte Lecciones sobre la Imagen y el Sentido*. Madrid, España, Ediciones Cátedra, 1994.
- IAKOFF, George y JOHNSON, Mark. *Metáforas de la Vida Cotidiana*. Madrid, España, Ediciones Cátedra, 1985.
- LE GUERN, Michel. *La Metáfora y la Metonimia*. Madrid, España, Ediciones Cátedra, 1990.
- RICOEUR, Paul. *Metáfora Viva*. Madrid, España, Editorial Trotta, 2001.
- SONTAG, Susan. *Sobre la Fotografía*. Barcelona, España, Editorial Edhasa, 1981.
- VILLAFANE, Justo y MÍNGUEZ, Norberto. *Principios de Teoría General de la Imagen*. Madrid. España, Ediciones Pirámide, 1996.
- ZUNZUNEGUT, Santos. *Pensar la ImagenMadúd*, España, Ediciones Cátedra/ Universidad del País Vasco, 1998.